



بررسی تفاوت‌های رفتاری زنان و مردان در مواجهه با سیستم اطلاع رسانی ترافیکی رادیو پیام

فاطمه براتیان قرقی¹، دکتر محمد کرمانشاه²

1- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده عمران دانشگاه صنعتی شریف

2- استاد، دانشکده عمران دانشگاه صنعتی شریف

civilfbg@gmail.com

خلاصه

مسئله راه‌انداز و عوارض منفی گسترده آن در یک شبکه حمل و نقل همواره مورد توجه بوده است. با توجه به هزینه‌های زیاد گسترش شبکه حمل و نقلی، مدیریت تقاضای حمل و نقل از جمله راه‌حلهای کم‌هزینه محسوب می‌شود. استفاده از اخبار ترافیکی جهت آگاهی رانندگان از شرایط ترافیکی، از روشهای مطرح در این زمینه در راستای کاهش ترافیک شهرهای بزرگ است. بررسی سیستم اطلاع رسانی ترافیکی رادیو که از اجزای سیستم اطلاع رسانی پیشرفته در حین سفر است و در تهران آن را با نام رادیو پیام می‌شناسند، مورد نظر این مطالعه است. در همین راستا جنسیت که یکی از عوامل اساسی تاثیرگذار بر پاسخگویی رانندگان می‌باشد، مدنظر قرار گرفته و نگرش دو پاسخگوی زن و مرد نسبت به اطلاعات ترافیکی رادیو پیام، جداگانه تحلیل می‌شود. بدین منظور جهت تهیه مدلهای مورد بررسی از مدل لجیست رتبه‌ای استفاده می‌شود. در این مطالعه از اطلاعات گردآوری شده از سطح شهر تهران در سال 1384 که توسط پژوهشکده حمل و نقل دانشگاه صنعتی شریف انجام شد، استفاده می‌گردد. از جمله نتایج مطالعه آن است که مالکیت وسیله نقلیه، گوش دادن به اطلاعات رادیو پیام، سطح درآمد و سن برای مردان و میزان تحصیلات و شغل کارمندی برای زنان، از عوامل مهم در نوع نگرش آنها در رابطه با اطلاعات ترافیکی رادیو پیام است.

واژگان کلیدی: رادیو پیام، الگوهای رفتاری، مدل لجیست ترتیبی، نرم افزار NLLogit

1. مقدمه

معضل ترافیک از دهه 1950 با تولید انبوه اتومبیل‌ها آغاز شد. اتومبیل‌ها جایگزین درشکه و کالسکه شدند و به تدریج در بسیاری از کشورها، مشکلات حمل و نقل و ترافیک به یکی از چالش‌های مهم اجتماعی و ملی تبدیل شد. در این فرآیند دست‌یابی به حمل و نقل ایمن، ارزان و کارا به یکی از اهداف اصلی و ثابت سیاست‌های توسعه کشورها تبدیل شد. به منظور تحقق این اهداف، در سالهای اخیر مدیریت تقاضای حمل و نقل مورد توجه قرار گرفته است. از جمله روشهای متداول در حل معضلات ترافیکی در شهر تهران، استفاده از وسایل ارتباط جمعی به منظور اطلاع رسانی ترافیکی است. عملکرد این وسیله، که در تهران به نام رادیو پیام شناخته می‌شود، در تغییر رفتار رانندگی، بصورت تغییر زمان شروع سفر، تغییر مقصد سفر و یا تغییر مسیر می‌تواند در بهبود وضع ترافیک موثر باشد. از سوی دیگر، گروه‌های مختلفی از افراد جامعه مخاطب پیامهای ترافیکی هستند که هریک به نوبه خود نگرش و برخورد خاصی را در مواجهه با سیستمهای اطلاع رسانی خواهند داشت. از جمله عوامل مهمی که می‌تواند بر عکس العمل فرد در برابر این پیامها تاثیرگذار باشد جنسیت راننده است. در صورتیکه بتوان نشان داد که میان این دو جنس تفاوتی از نظر نوع رویارویی با این سیستم ترافیکی وجود دارد، می‌توان تصمیمات بهتر و موثرتری را در راستای اثرگذاری مطلوب بر دو جنس اتخاذ کرده و کارایی این سیستم را افزون نمود.

امریکن و همکاران در سال 1995 تحقیقی را بر روی تاثیر اطلاعات ترافیکی رادیو و علائم اطلاعاتی پیامی بر رفتار انتخاب مسیر رانندگان انجام دادند و از چندین مدل انتخاب گسسته (پروبیست ترتیبی، لجیست چندگانه و پروبیست دوگانه) استفاده کردند [1]. نتایج مطالعه نشان داد که زنان به